



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

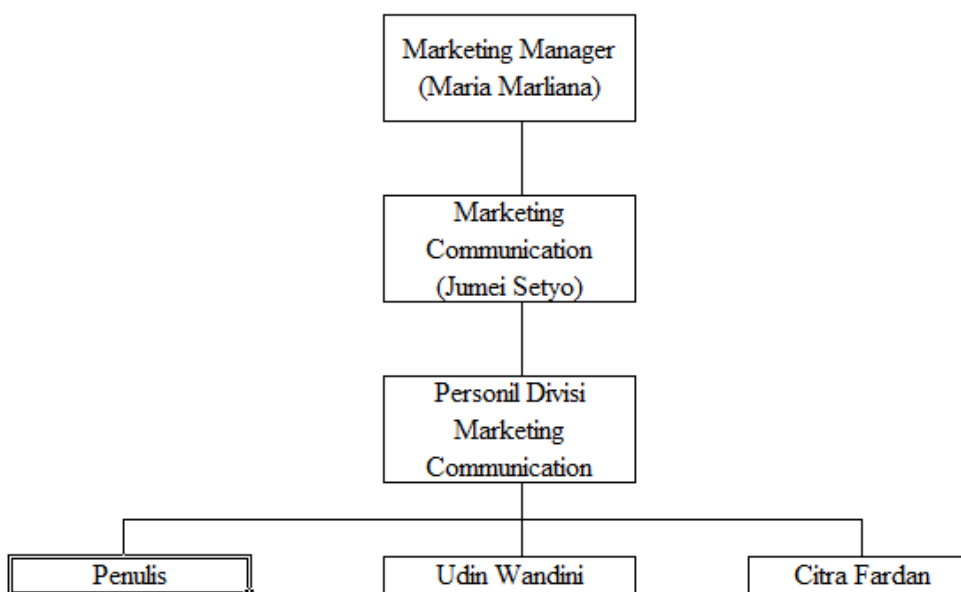
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis pada PT Istana Kebayoran Raya Motor selama praktik kerja magang yaitu berada pada divisi *Marketing Communication* yang dipimpin oleh Bapak Jumei Setyo. Dan divisi *Marketing Communication* dipimpin oleh *Marketing Manager* yaitu Ibu Maria Marliana. Untuk beberapa pekerjaan, penulis berkoordinasi dengan Bapak Jumei dan terdapat satu pekerjaan dimana penulis berkoordinasi langsung dengan Ibu Maria.

Gambar 3.1
Struktur Organisasi dan Kedudukan Penulis



Sumber: Data Perusahaan

3.2 Tugas yang Dilakukan

Praktik kerja magang dilaksanakan sejak tanggal 17 Juni 2019 sampai dengan 7 September 2019, penulis diberikan kepercayaan untuk menyelesaikan beberapa tugas atau tanggung jawab. Berikut adalah tabel rincian mengenai tugas yang telah diberikan oleh pembimbing lapangan dan dikerjakan oleh penulis:

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1.	Membuat konten Instagram	Bapak Jumei Setyo
2.	Membuat visualisasi hasil penjualan setiap karyawan berupa gantungan	Bapak Jumei Setyo dan Ibu Maria Marliana
3.	Membuat laporan penjualan setiap awal bulan	Bapak Jumei Setyo
4.	Membantu <i>showroom event</i> yang diadakan oleh divisi marketing	Bapak Jumei Setyo dan Ibu Maria Marliana
5.	Membantu proses kerjasama <i>shooting</i> antara Honda dengan <i>Channel Youtube</i> Otomotif	Bapak Jumei Setyo

Sumber: Data Penulis

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis mencari lowongan magang di *website* resmi perusahaan yaitu pada laman www.honda-ikb.com dan penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan surat permohonan magang ke perusahaan terkait. Kemudian penulis melakukan *interview* dengan HRD PT

Istana Kebayoran Raya Motor sesuai dengan tanggal yang telah ditetapkan oleh HRD. Penulis diberikan kabar oleh perusahaan bahwa penulis diberikan izin untuk melakukan praktik kerja magang di PT Istana Kebayoran Raya Motor pada bagian atau divis *Marketing Communication*. Pada hari pertama praktik kerja magang atau tanggal 17 Juni 2019 penulis diperkenalkan kepada pembimbing lapangan atau *Head of Marketing Communication*, yaitu Bapak Jumei. Dan penulis diberikan penjelasan mengenai pekerjaan yang akan dikerjakan oleh penulis selama praktik kerja magang berlangsung. Secara umum, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis pada divisi *Marketing Communication*, yaitu membuat konten instagram (*digital marketing*), membuat visualisasi hasil penjualan setiap karyawan berupa gantungan, dan membuat laporan penjualan setiap awal bulan.

Berikut ini merupakan penjabaran secara *detail* dari tugas-tugas atau pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan oleh penulis yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Timeline Konten Instagram

Konten	Posting		Response	
	Jam 11	Jam 2	Like	Comment
1. Free Bensin 6 Juta		√	24	0
2. Quiz temukan perbedaan	√		19	9
3. Quotes kunci orang sukses	√		15	0
4. Memilih mobil favorit		√	25	2
5. Pre-launching all new accord		√	23	1

6. Konten pre-showroom event		√	21	0
------------------------------	--	---	----	---

Sumber: Data Penulis

1. Membuat Konten Instagram

Pada tugas yang diberikan oleh Bapak Jumei, konten yang harus diunggah ke dalam media sosial Instagram yaitu dibagi menjadi 2 (dua) sesi. Sesi pertama pada pukul 11.00 WIB, dimana pada pukul tersebut kebanyakan atau mayoritas orang sudah mulai bermain dengan *gadget* milik mereka. Dan sesi kedua yaitu pada pukul 14.00 WIB. Pada pukul tersebut biasanya kebanyakan atau mayoritas orang bermain dengan *gadget* atau ponsel milik mereka dan aktif dalam bersosial media setelah jam makan siang atau istirahat. Perusahaan menggunakan *platform* instagram karena pada saat ini masyarakat cenderung lebih sering dan menyukai pencarian informasi dengan cepat atau praktis dan mayoritas orang lebih menyukai untuk melihat informasi dengan sesuai yang visual dibandingkan dengan kebanyakan tulisan karena dianggap lebih menarik dan lebih praktis.

Melalui instagram perusahaan dapat dengan mudah dan cepat untuk mengunggah foto atau video dibandingkan dengan media sosial lainnya. Dan pada saat ini Instagram sudah dilengkapi dengan fitur *insta story*. Dengan fitur ini, maka dapat memudahkan perusahaan untuk mengunggah konten berupa foto dan video dengan durasi singkat yang dapat diakses atau dilihat dengan cepat oleh *followers* ketika mereka membuka Instagram pribadi mereka, maka *insta story* tersebut akan muncul di bagian paling atas *platform* Instagram sehingga membuat *followers* Instagram perusahaan melihat *insta story* tersebut dengan cepat dan dengan segera.

Dengan koordinasi dengan Bapak Jumei, konten yang diinginkan perusahaan yaitu mengikuti *trend*, seperti pemilihan warna yang menarik yang membuat *followers* tertarik untuk melihat konten tersebut, dan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti atau yang biasa diucapkan sehari-hari sehingga tidak bosan untuk dibaca oleh *followers* perusahaan sehingga *brand image* perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang mengikuti perkembangan jaman atau tidak kaku. Bapak Jumei juga memberikan kebebasan kepada penulis untuk berkreasi dalam pembuatan konten yang membuat penulis dapat melakukan eksplorasi dalam pembuatan konten. Penulis juga berkreasi dalam membuat konten seperti membuat konten *quiz* yang diharapkan dengan pembuatan *quiz* tersebut *followers* Instagram perusahaan dapat memberikan *feedback* kepada perusahaan seperti memberikan jawaban atas *quiz* yang dibuat. Dan dalam pembuatan konten tersebut, perusahaan dapat melakukan *repost* konten dari perusahaan pusat untuk *feed* instagram atau *repost* untuk acara-acara yang akan dilakukan di kemudian hari melalui *insta story* yang bertujuan untuk mengingatkan dan mengajak *followers* untuk datang dan ikut serta dalam kegiatan perusahaan yang hendak dilaksanakan. Berikut adalah contoh beberapa konten yang dibuat oleh penulis. Dengan diunggahnya konten melalui instagram diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembeli dan pengunjung karena pembeli dapat berinteraksi langsung dengan perusahaan atau penjual melalui media sosial instagram. Dan perusahaan atau penjual dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pembeli. Berikut adalah contoh konten-konten yang dibuat oleh penulis.

Gambar 3.2
Konten Quiz dan Jawaban Quiz

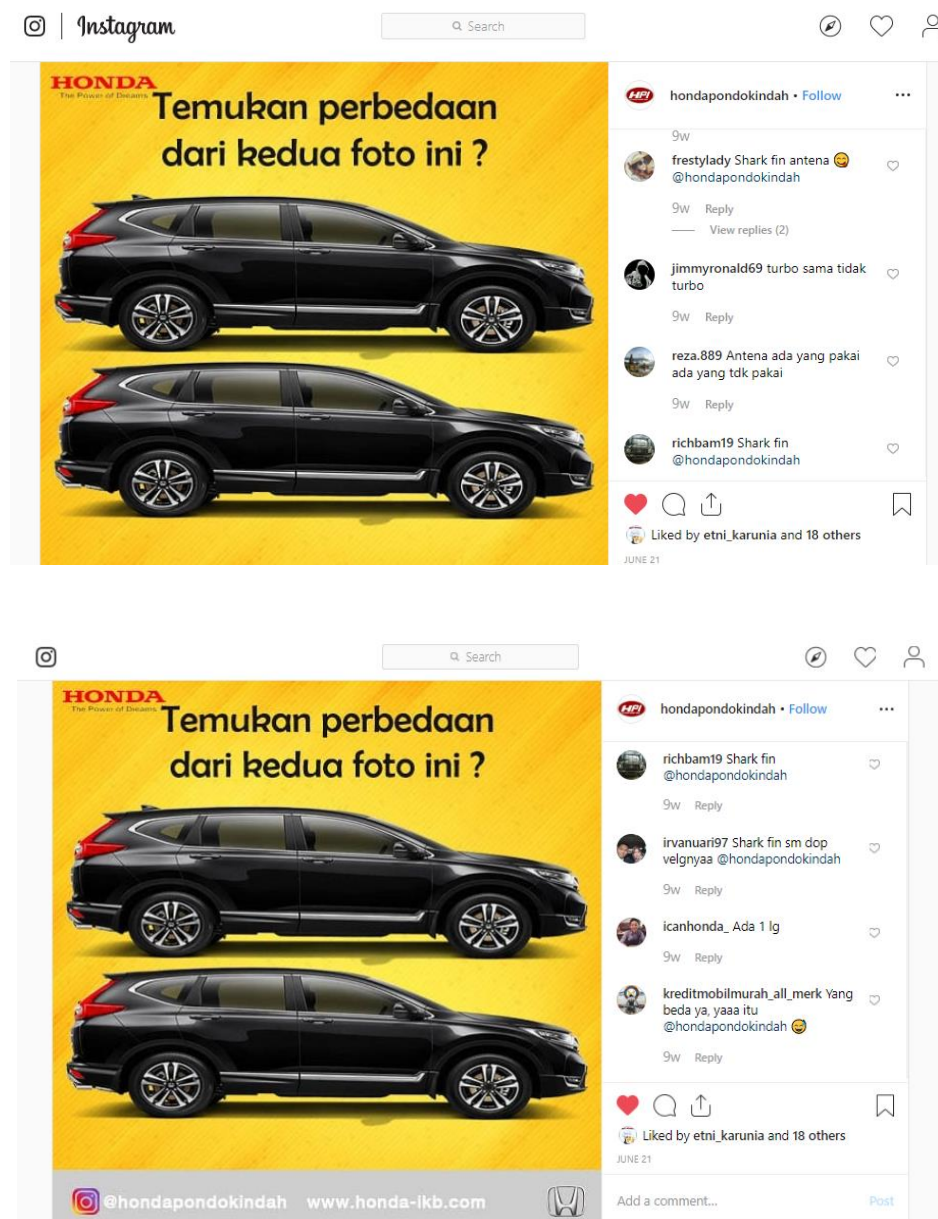


Sumber: Data Penulis

Gambar 3.2 merupakan salah satu contoh konten yang dibuat oleh Penulis mengenai *quiz* menemukan perbedaan antara kedua gambar di atas. Dengan adanya *quiz* ini, maka diharapkan adanya *feedback* atau komunikasi antara

perusahaan dengan *customer* atau *followers*. Penulis hanya mengunggah pertanyaan dari *quiz* tersebut karena Penulis ingin melihat bagaimana *feedback* dari *followers* perusahaan. Dengan demikian, dapat terlihat apakah *followers* perusahaan merupakan *followers* yang aktif atau pasif.

Gambar 3.3
Feedback Followers Perusahaan

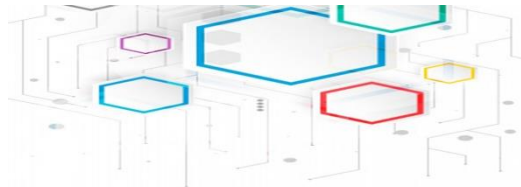


Sumber: Data Penulis

Gambar 3.3 merupakan hasil atau *feedback* dari Gambar 3.2 atau konten *quiz* yang dibuat oleh Penulis dan diunggah di *platform* Instagram perusahaan. Terlihat dari Gambar 3.3 terdapat *feedback* dari *followers* perusahaan. Walaupun terdapat *feedback*, terlihat bahwa mayoritas *followers* perusahaan masih pasif. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih bisa mengoptimalkan penggunaan Instagram untuk meningkatkan *engagement* antara perusahaan dan *customer* atau *followers*.

Gambar 3.4
Konten Untuk Feed







Sumber: Data Penulis

Gambar 3.4 merupakan pekerjaan Penulis dalam membuat konten-konten untuk *platform* Instagram. Konten-konten tersebut diunggah di *feed* Instagram perusahaan. Sebagai contoh, konten yang dibuat oleh Penulis yaitu mengenai promo atas penjualan mobil, kata-kata motivasi, dan hal-hal yang berhubungan dengan Honda mengenai *history* atau perkembangan inovasi mobil Honda dan *pre-launching*. PT Istana Kebayoran Raya Motor rutin melakukan pembuatan konten dan mengunggah di *platform* Instagram agar *customer* atau *followers* Instagram perusahaan dapat *notice* bahwa perusahaan aktif dalam menggunakan *platform* Instagram.

Gambar 3.5
Konten Untuk *Showroom Event*

HONDA
The Power of Dreams

PAKET

SERBU SEHAT

~~Rp. 560.000,-~~ → **HANYA MEMBAYAR**
Rp. 100.000,-

10 PEMERIKSAAN
Cholesterol Total
HDL Cholesterol
LDL Cholesterol
Trigliserida
SGOT
SGPT
GAMMA GT
Asam Urat
Fosfatase Alkali
Glukosa Puasa

Sabtu 13-07-2019
Jam : 10.00 Pagi

***Puasa 10-12 Jam**

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.5 merupakan konten yang dibuat oleh Penulis untuk mendukung *event* di perusahaan, yaitu *showroom event*. Konten tersebut merupakan paket kesehatan yang merupakan bagian acara dari *showroom event*. Dengan membayar Rp. 100.000, pengunjung atau *customer* dapat melakukan 10 pemeriksaan yang *detail*-nya terdapat pada Gambar 3.5. Acara ini atau paket kesehatan ini merupakan acara pendukung dari *showroom event* dan acara ini tidak selalu terdapat di *showroom event* setiap bulannya atau dengan kata lain hanya saat-saat tertentu saja yang nantinya akan ada acara pengganti atau acara lainnya selain pemeriksaan ini dan tidak selalu dilaksanakan di *showroom*.

Gambar 3.6
Konten Untuk *Insta Story*









Sumber: Data Penulis

Gambar 3.6 merupakan hasil dari pembuatan konten - konten yang diunggah kedalam *insta story* perusahaan dimana konten tersebut berupa *story* pendiri mobil Honda dan juga tentang Hari ulang tahun DKI Jakarta. Untuk selengkapnya dapat dilihat melalui Instagram perusahaan yaitu pada *username* @hondapondokindah.

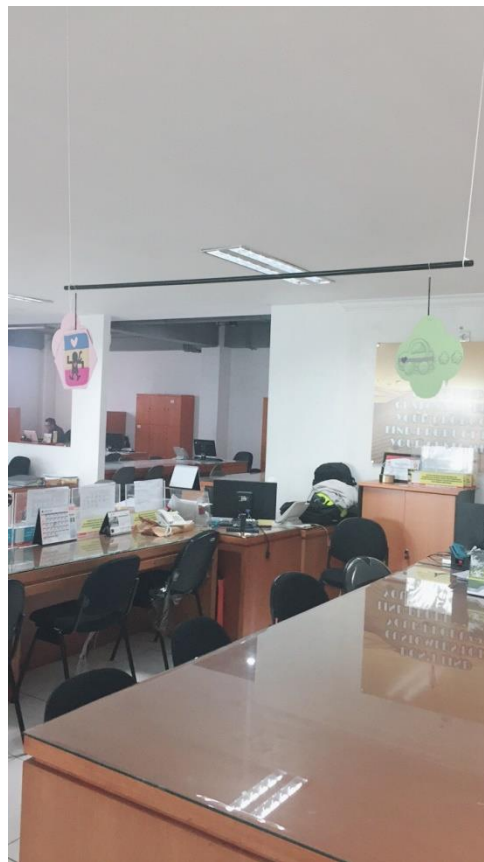
2. Membuat Visualisasi Hasil Penjualan Setiap Karyawan Berupa Gantungan

Tugas visualisasi ini merupakan tugas internal yang diberikan oleh Ibu Maria dan Bapak Jumei. Visualisasi hasil penjualan pada PT Istana Kebayoran Raya Motor terbagi menjadi 2 (dua), yaitu warna merah/pink yang memiliki arti SPK (Surat Pemesanan Kendaraan) dan warna hijau yang memiliki arti DO (*Delivery Order*). SPK (Surat Pemesanan Kendaraan) ditujukan ketika konsumen

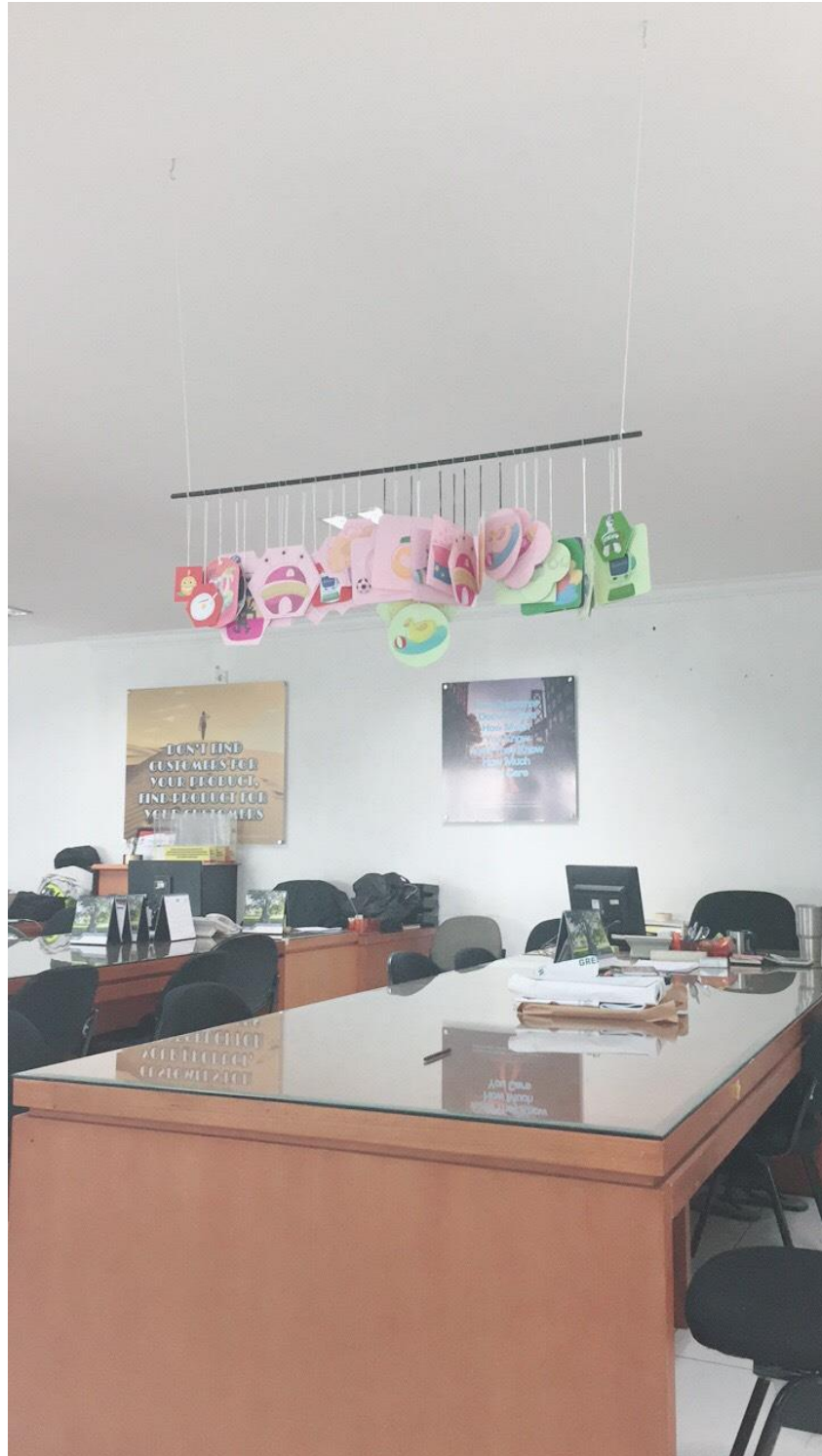
melakukan pembelian unit mobil dan melakukan tanda jadi atau melakukan pembayarn DP (*Down Payment*), sedangkan DO (*Delivery Order*) ditujukan ketika produk atau mobil telah dikirim dan sampai ke tangan konsumen. Pada tugas yang diberikan oleh Ibu Maria dan Bapak Jumei, penulis diberikan tanggungjawab untuk membuat visualisasi yang bertujuan untuk meningkatkan semangat atau daya saing bagi para *team* karyawan (*sales*) yang nantinya akan meningkatkan penjualan sehingga dengan diberikan tugas ini membuat semua *team* dapat melihat perkembangan penjualan *team* lainnya. Dengan adanya visualisasi ini, para *team* diharapkan memiliki semangat untuk bersaing dengan *team* lainnya sehingga *team* tersebut dapat mengejar *team* lain yang nilai penjualannya lebih tinggi. Berikut adalah contoh visualisasi yang dibuat selama praktik kerja magang.

Gambar 3.7
Visualisasi Penjualan











Sumber: Data Penulis

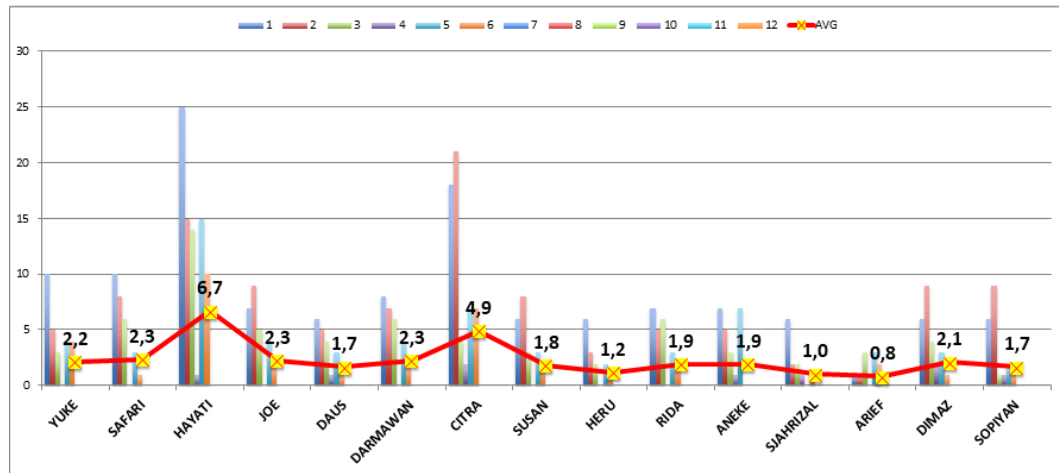
Gambar 3.7 merupakan visualisasi hasil penjualan yang dibuat oleh Penulis dan *team* Marketing. Pada saat ini, penjualan sedang mengalami

penurunan. Oleh karena itu, visualisasi hasil penjualan ini digunakan perusahaan sebagai sarana untuk memberikan semangat para *team (sales)* yang diharapkan akan meningkatkan penjualan.

3. Membuat Laporan Penjualan Setiap Awal Bulan

Tugas yang dilakukan oleh penulis yaitu membuat tiga laporan penjualan, yaitu penjualan unit, penjualan aksesoris, dan yang terakhir yaitu penjualan asuransi. Dalam ketiga laporan ini, setiap *Sales Supervisor* akan diberikan *ranking* atau peringkat bagi tiap penjualan selama satu bulan karena setiap bulannya perusahaan membuat laporan penjualan dan dalam penjualan unit dipecah menjadi per *team*. Lalu, setiap *team* juga akan diberikan *ranking* atau peringkat atas kinerja penjualan unit. Hal ini juga berlaku pada penjualan aksesoris maupun penjualan asuransi. Kemudian dari tugas tersebut penulis harus membuat grafik penjualan atas tiga laporan tersebut dan membuat *powerpoint* yang ditujukan untuk *Sales Supervisor* yang nantinya menjadi bahan evaluasi per *team* apakah penjualan per masing-masing *team* sudah mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Jika terdapat *team* yang belum memenuhi target, maka *Sales Supervisor* harus membuat strategi baru sehingga *team* yang dipimpin oleh *Sales Supervisor* tersebut dapat memenuhi target. Pembuatan *KPI (Key Performance Indicator)* ditujukan untuk melihat langsung keefektifitasan setiap *team* atau dengan kata lain ditujukan untuk meringkas ketiga laporan yang telah dibuat. Berikut ini adalah hasil dari tugas yang telah dilakukan oleh penulis dan sudah disetujui oleh Bapak Jumei.

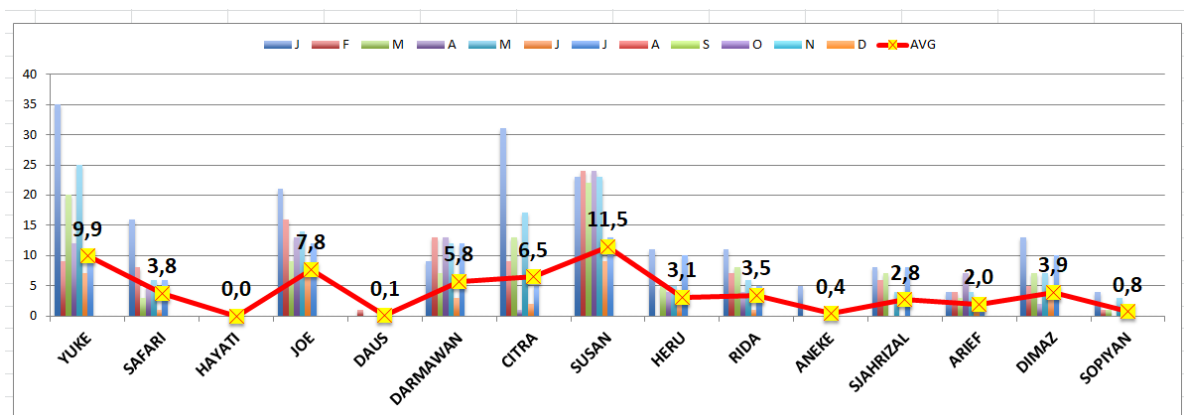
Gambar 3.8
Grafik Penjualan Asuransi



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.8 merupakan grafik dari penjualan asuransi yang dibuat oleh Penulis dengan menggunakan basis data perusahaan yang berbentuk tabel. Grafik ini merupakan rangkuman dari keseluruhan data penjualan asuransi perusahaan. Dengan adanya grafik ini dapat memudahkan pengguna data dalam membaca keseluruhan data penjualan asuransi perusahaan.

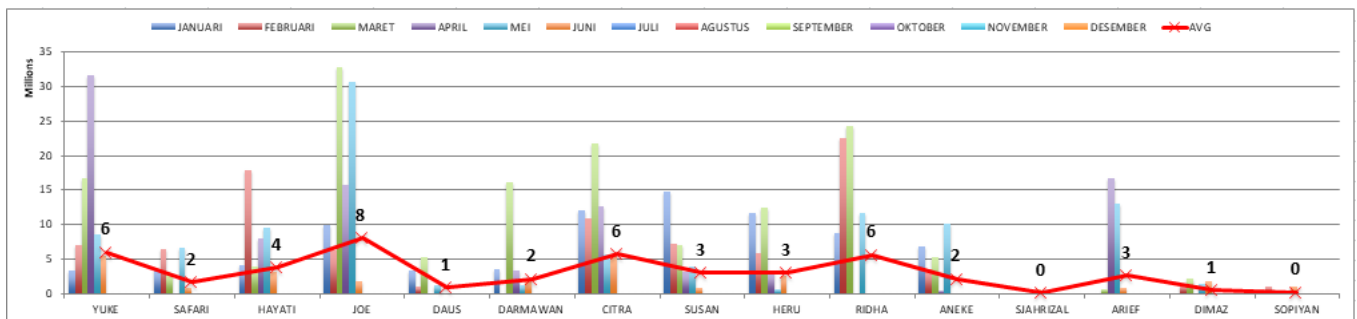
Gambar 3.9
Grafik Penjualan Unit



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.9 merupakan grafik dari penjualan unit yang dibuat oleh Penulis dengan menggunakan basis data perusahaan yang berbentuk tabel. Grafik ini merupakan rangkuman dari keseluruhan data penjualan unit perusahaan. Dengan adanya grafik ini dapat memudahkan pengguna data dalam membaca keseluruhan data penjualan unit perusahaan.

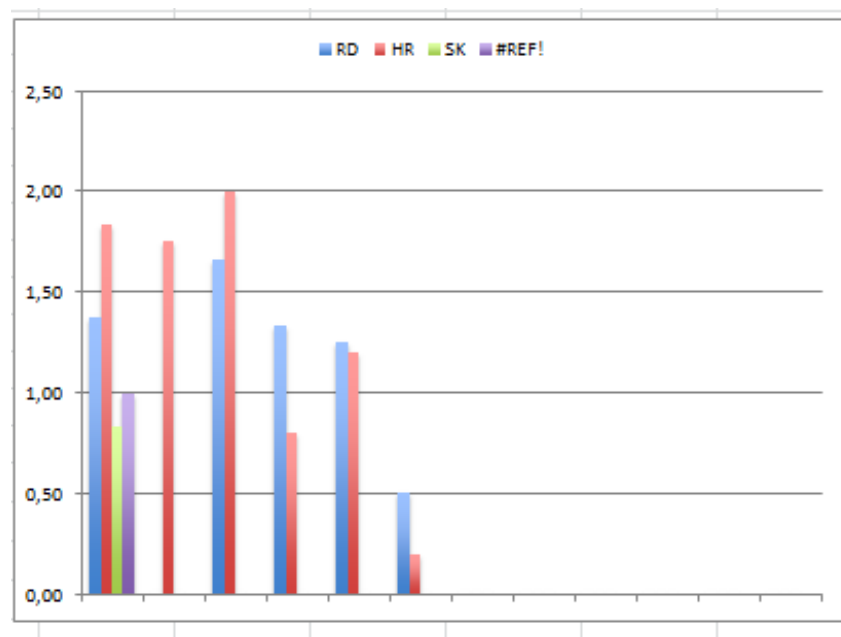
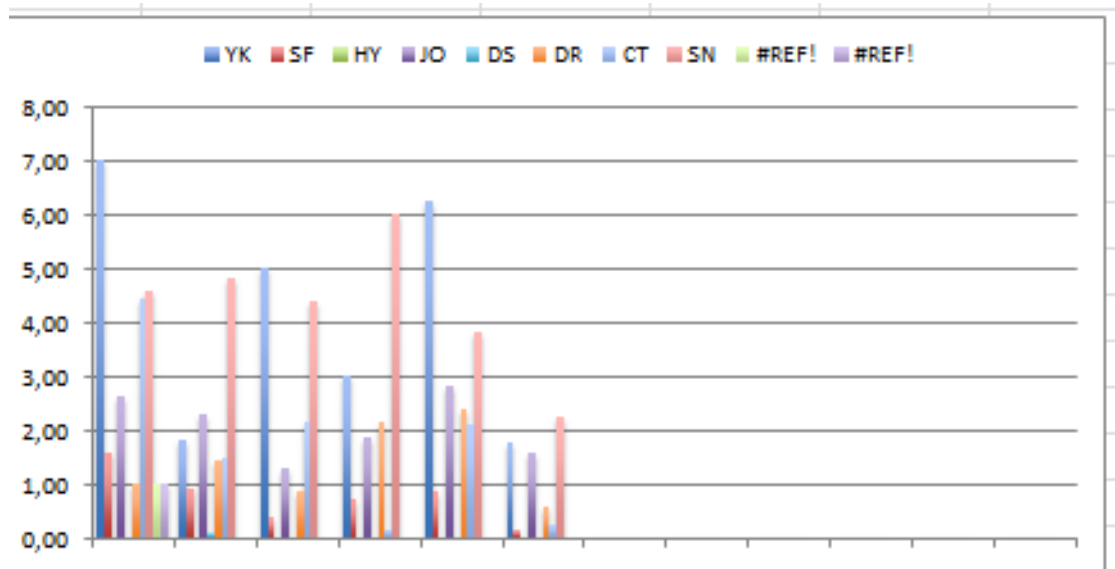
Gambar 3.10
Grafik Penjualan Aksesoris



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.10 merupakan grafik dari penjualan aksesoris yang dibuat oleh Penulis dengan menggunakan basis data perusahaan yang berbentuk tabel. Grafik ini merupakan rangkuman dari keseluruhan data penjualan aksesoris perusahaan. Dengan adanya grafik ini dapat memudahkan pengguna data dalam membaca keseluruhan data penjualan unit perusahaan.

Gambar 3.11
Grafik KPI



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.11 merupakan grafik *KPI (Key Performance Indicator)*. *Key Performance Indicator* adalah alat ukur yang digunakan perusahaan untuk melihat mengenai gambaran efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya.

4. Membantu *Showroom Event* yang Diadakan oleh Divisi Marketing

PT Istana Kebayoran Raya Motor mengadakan *event* secara rutin setiap bulannya. Dalam setiap bulan, perusahaan membuat 2 (dua) *event* yang terbagi menjadi *event* besar dan *event* kecil. *Event* kecil yang dimaksud adalah *test drive* atau percobaan mengemudi mobil yang dipromosikan oleh perusahaan dan *lucky dip*. Sedangkan *event* besar yang dimaksud adalah *gathering* komunitas mobil Honda dan *showroom event*.

Showroom event adalah jenis *event* yang diadakan oleh Divisi Marketing yang dikoordinasikan oleh Ibu Maria dan Bapak Jumei. *Showroom event* ini bertujuan untuk mendatangkan *customer* baru dan *customer* lama dengan diadakannya program-program menarik seperti *product knowledge* atau seminar, *medical check-up*, *test drive*, *lucky dip* yang hadiahnya lebih besar daripada *event* kecil, perlombaan, dan yang terpenting pengenalan proses transaksi yang dipermudah seperti cara pemesanan dan pembayaran atau mengenai *down payment*, serta tentunya promosi mengenai produk yang dijual oleh perusahaan. Dengan adanya *event* ini diharapkan akan mendatangkan *customer* lama dan *customer* baru yang nantinya akan meningkatkan penjualan dan membuat keterikatan (*engagement*) antara perusahaan dengan *customer*.

Pada *event* ini, penulis melakukan tugas atau pekerjaan secara *online* dan *offline*. Tugas *online* yang dilakukan oleh penulis adalah membuat konten dan melakukan *posting* berupa konten yang bertujuan untuk membuat *customer* mengetahui *event* yang akan dibuat oleh perusahaan sebelum *event* tersebut diselenggarakan. Konten yang dibuat dan dilakukan *posting* oleh penulis sebagai berikut.

Gambar 3.12
Konten Untuk Showroom Event

HONDA
The Power of Dreams

PAKET

SERBU SEHAT

~~Rp.560.000,-~~ → **HANYA MEMBAYAR**
Rp.100.000,-

10 PEMERIKSAAN
Cholesterol Total
HDL Cholesterol
LDL Cholesterol
Trigliserida
SGOT
SGPT
GAMMA GT
Asam Urat
Fosfatase Alkali
Glukosa Puasa

***Puasa 10-12 Jam**

Sabtu 13-07-2019
Jam : 10.00 Pagi

GS LAB

Cartoon character pointing to the text.

Sumber: Data Penulis

Gambar 3.12 merupakan konten yang dibuat oleh Penulis untuk kegiatan *showroom event* di PT Istana Kebayoran Raya Motor untuk diunggah di *platform* Instagram. Hal ini ditujukan agar para *customer* mengetahui terdapat acara pemeriksaan dalam *showroom event* sehingga *customer* tertarik untuk datang ke *showroom*.

Gambar 3.13
Live Streaming pada Showroom Event





Sumber: Data Penulis

Selain membuat dan melakukan *posting*, tugas *online* yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan *live streaming* melalui *platform* Instagram seperti yang ditujukan dalam Gambar 3.13. *Live streaming* dilakukan oleh Penulis dan bergantian dengan *team* dari Divisi Marketing dengan menggunakan *platform* Instagram.

Gambar 3.14
Brosur untuk *Showroom Event*





Sumber: Data Penulis

Selain tugas *online*, penulis juga melakukan tugas secara *offline* yaitu membuat brosur yang akan dibagikan kepada *customer* sebelum diadakannya *showroom event* sehingga *customer* mengetahui *showroom event* yang akan dilaksanakan oleh perusahaan.

Gambar 3.15
Kegiatan dalam *Showroom Event*





Sumber: Data Penulis

Gambar 3.15 merupakan dokumentasi dari *showroom event* yang dilakukan di PT Istana Kebayoran Raya Motor. Pada *event* ini terdapat *photo booth* dan senam bersama yang dimeriahkan oleh para *sales* PT Istana Kebayoran Raya Motor.

5. Membantu proses kerjasama *shooting* antara Honda dengan *Channel Youtube Otomotif*

PT Istana Kebayoran Raya Motor berkolaborasi dengan salah satu *Youtuber* otomotif dengan melakukan *shooting* yang bertujuan untuk mempromosikan produk Honda yang nantinya akan meningkatkan penjualan. Proses *shooting* antara Honda dengan *Channel Youtube Otomotif* dipimpin oleh

Bapak Jumei. Hasil *shooting* ini dapat dilihat di *Channel Youtube* Pricebook Otomotif (<https://youtu.be/rL7nyas40tE>).

Dalam proses *shooting*, penulis membantu Bapak Jumei dalam membuat *script* yang akan dibahas oleh *Youtuber* otomotif tersebut dan perusahaan menyisipkan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan *brand image* perusahaan.

Gambar 3.16
Pembuatan Video (Kerja Sama dengan Youtube)





Sumber: Data Penulis

Gambar 3.6 merupakan kegiatan dari proses *shooting* yang dilakukan oleh chanel otomotif dengan PT Istana Kebayoran Raya Motor. Tugas penulis dalam proses *shooting* ini adalah membantu pelaksanaan proses *shooting* dengan melakukan pembuatan video sebagai dokumentasi bagi PT Istana Kebayoran Raya Motor.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan oleh penulis selama praktik kerja magang di PT Istana Kebayoran Raya Motor adalah sebagai berikut.

1. Penulis mengalami kesulitan dalam mendapatkan data perusahaan sebagai bahan untuk membuat laporan kerja magang seperti struktur organisasi. Serta waktu yang dibutuhkan untuk pemberian data yang di berikan oleh divisi HRD kepada penulis terlalu lama sehingga penulis harus menunggu 3-4 hari kemudian untuk mendapatkan data perusahaan yang di butuhkan.

2. Dalam pemberian tugas penulis mengalami kesulitan saat sedang membuat laporan penjualan karena kurangnya koordinasi mengenai apa saja yang perlu diubah sehingga penulis harus banyak bertanya kepada Bapak Jumei.
3. Penulis mengalami kesulitan saat mengunggah konten di *platform* Instagram karena setiap *team* tidak aktif menggunakan Instagram sehingga setiap konten yang diunggah memiliki jumlah *like* per konten sedikit yang membuat konten tersebut tidak bisa tersebar secara luas ke pengguna Instagram lainnya yang tidak melakukan *follow* Instagram perusahaan.
4. Penulis kesulitan dalam mengakses internet karena *Wi-Fi* perusahaan yang terbatas bagi setiap karyawan PT Istana Kebayoran Raya Motor sehingga membuat penulis dan sebagian besar karyawan yang belum memiliki komputer dan meja kerja sendiri merasa sulit dalam mengerjakan beberapa pekerjaan yang memerlukan koneksi internet seperti mencari referensi untuk membuat konten dan mencari gambar.
5. Penulis merasa kesulitan saat membuat konten untuk Instagram karena tidak disediakan meja kerja bagi *intern* sehingga penulis harus mencari tempat kosong untuk bisa membuat konten.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang ditemukan oleh penulis maka penulis memberikan solusi sebagai berikut.

1. Memperbaiki manajemen perusahaan agar kinerja setiap divisi menjadi lebih baik untuk ke depannya, terutama bagi mahasiswa/i yang melakukan

praktik kerja magang agar dapat dengan mudah mendapatkan seluruh informasi atau data yang diperlukan untuk membuat laporan kerja magang.

2. *Supervisor* seharusnya dapat menjelaskan secara *detail* mengenai tugas yang harus dilakukan sehingga penulis tidak mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas yang diberikan.
3. Melakukan komunikasi kepada setiap *team* agar aktif dalam menggunakan media sosial Instagram atau dengan kata lain setiap *team* dikomunikasikan untuk memberikan *like* atas konten yang diunggah di Instagram dan melakukan *repost* sehingga konten dapat tersebar luas ke publik. Dengan tersebarnya konten ke publik maka diharapkan konsumen atau *customer* dapat mengetahui informasi mengenai *event* yang dibuat oleh perusahaan ataupun promo serta produk baru sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan perusahaan.
4. Perusahaan memberikan akses *Wi-Fi* kepada seluruh karyawan baru agar setiap karyawan baru juga bisa lebih mudah dalam mengerjakan pekerjaan atau tugas yang memerlukan koneksi internet. Apabila seluruh karyawan merasa lebih mudah dalam mengerjakan pekerjaan, maka karyawan akan bekerja lebih produktif.
5. Perusahaan seharusnya dapat memberikan fasilitas kepada *intern* seperti meja kerja agar *intern* dapat bekerja lebih maksimal.

3.4 Efektivitas Showroom *Event* untuk Mendatangkan Customer Honda Pondok Indah ke Showroom

Menurut Penulis, *Event* yang telah diselenggarakan dalam perusahaan belum efektif karena jumlah pengunjung atau *customer* yang hadir tidak mencapai target yang telah ditentukan yaitu sebanyak 250 pengunjung. Pengunjung yang hadir hanya berkisar antara 70-100 pengunjung. Hal ini dikarenakan komunikasi antara penyelenggara *event* atau perusahaan kepada *customer* tidak gencar dalam melakukan promosi *event* tersebut dan promosi hanya berfokus pada Instagram saja. Perusahaan kurang memperhatikan jumlah dari *followers* dan *like* Instagram yang jumlahnya masih sedikit sehingga promosi tidak berjalan efektif. Cara yang dilakukan agar *event* dapat berjalan efektif, yaitu memperluas media promosi seperti adanya pembagian brosur dan memasang papan reklame. Dan yang terpenting adalah perusahaan harus dapat memaksimalkan penggunaan Instagram agar jumlah *followers* dan *like* meningkat sehingga *customer* dapat *notice* atau memperhatikan *event* yang akan diselenggarakan oleh perusahaan sehingga *event* menjadi efektif.

Penulis memberikan saran untuk membuat *showroom event* di Honda Pondok Indah menjadi lebih efektif dengan cara seperti perusahaan harus membuat pemetaan mengenai *event* yang akan diselenggarakan oleh perusahaan selama satu tahun, baik dalam tema yang dibuat harus sesuai dengan *trend* atau dalam kata lain harus *up-to-date* dan dapat mengundang artis agar *event* lebih menarik sehingga diharapkan bisa meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke *showroom event* Honda Pondok Indah. Artis tersebut juga turut melakukan

promosi yang akan mempromosikan dirinya yang akan hadir untuk memeriahkan *showroom event* tersebut melalui sosial media Instagram sehingga pengunjung merasa tertarik untuk datang ke *showroom event* Honda Pondok Indah. Selain itu, pemanfaatan sosial media Instagram sangat penting untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat konten berupa video singkat yang nantinya diunggah di *feed* Instagram perusahaan, bukan hanya gambar saja, sehingga dapat meningkatkan *viewer* Instagram karena dilihat lebih menarik. Selain itu, perusahaan bisa melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat khususnya komunitas Honda Mobilio yaitu *gathering* dengan cara *touring* keluar kota dan melakukan acara menginap diluar kota. Selain *gathering*, perusahaan juga dapat menghadiri acara yang diselenggarakan oleh komunitas maupun mengundang komunitas untuk menghadiri acara yang diselenggarakan seperti *nobar* (nonton bareng) misalnya acara balap yang disponsori oleh Honda. Kegiatan yang dilakukan dapat memperkuat *engagement* antara *customer* dengan perusahaan. Kegiatan tersebut juga sebagai wujud perusahaan untuk merangkul masyarakat sehingga hubungan antara *customer* dengan perusahaan tetap terjalin.

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan ketika penjualan sedang mengalami penurunan dapat dilakukan dengan pemberdayaan komunitas dengan cara perusahaan membuat acara *gathering*. Karena dengan adanya *gathering* dapat meningkatkan *engagement* antara perusahaan dengan komunitas karena komunitas tersebut memiliki tingkat loyalti yang tinggi terhadap *brand* perusahaan. Karena ikatan atau *engagement* antara perusahaan dengan komunitas dinilai tinggi, maka dapat meningkatkan penjualan. Hal ini dikarenakan

komunitas tersebut akan mempromosikan atau merekomendasikan produk atau *brand* Honda kepada kerabatnya yang belum mempunyai mobil Honda atau yang sudah mempunyai tetapi ingin melakukan pembelian kembali dengan model yang berbeda.

Tujuan *sales* dalam membuat *showroom event* ini adalah untuk menciptakan ketertarikan atau *interest customer* dengan strategi membuat acara yang menarik dalam *showroom event* tersebut. Apabila *customer* memiliki ketertarikan pada *showroom event* maka *customer* akan mau untuk datang ke *showroom* dan hendak melakukan pembelian atau *re-purchase*.